

Fabrizio Macagno

# Analizzare l'argomentazione sui social media. Il caso dei tweet di Salvini

(doi: 10.1422/95091)

Sistemi intelligenti (ISSN 1120-9550)

Fascicolo 3, dicembre 2019

**Ente di afferenza:**

*Universit Trieste (units)*

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

**Licenza d'uso**

L'articolo è messo a disposizione dell'utente in licenza per uso esclusivamente privato e personale, senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali. Salvo quanto espressamente previsto dalla licenza d'uso Rivisteweb, è fatto divieto di riprodurre, trasmettere, distribuire o altrimenti utilizzare l'articolo, per qualsiasi scopo o fine. Tutti i diritti sono riservati.

## ANALIZZARE L'ARGOMENTAZIONE SUI SOCIAL MEDIA

## Il caso dei tweet di Salvini

Twitter, con i suoi 280 caratteri a disposizione per messaggio (*tweet*), è la piattaforma di microblogging più utilizzata e con le relazioni più complesse con il mondo dell'informazione. A livello quantitativo, la maggior parte dei messaggi diffusi attraverso questo strumento sono di natura informativa/giornalistica (Kwak, Lee, Park e Moon, 2010), vale a dire finalizzati a diffondere notizie e commenti su queste ultime. Inoltre, Twitter è usato per condividere idee, informazioni e opinioni personali (Scanfeld, Scanfeld e Larson, 2010). A causa di questo uso preferenziale, l'interazione col mondo dell'informazione tradizionale è duplice. Da un lato, Twitter è usato per condividere e commentare articoli giornalistici; dall'altro, i *tweet* sono sempre più usati come una fonte di informazione che integra articoli giornalistici convenzionali (Cobianchi, Del Sal e Splendore, 2014; Conway, Kenski e Wang, 2013; Ott, 2017).

La brevità e la relazione fluida con il mondo del giornalismo hanno reso Twitter uno strumento estremamente potente nella comunicazione politica (López-Meri, Marcos-García e Casero-Ripollés, 2017). Tramite brevi *tweet*, i politici possono comunicare con il pubblico in modo rapido, fornendo informazioni riguardanti decisioni o discussioni e coinvolgendolo in un dibattito diretto (Conway *et al.*, 2013, 1598). Questo ha portato alla coscienza dei rischi potenziali di una comunicazione "liofilizzata", che rischia di diventare parziale (Scarfone, 2017) e quindi potenzialmente pericolosa. Tuttavia, gli studi che al momento più comunemente si interessano dell'analisi dei *tweet* prendono in considerazione solo i macro-dati (*sentiment analysis*, frequenze dei messaggi ecc.), mentre la dimensione argomentativa è quasi del tutto ignorata, confinata a studi o riflessioni sul linguaggio abusivo o offensivo in genere (Lee e Queal, 2016; Mendes, 2016).

L'importanza, l'uso e il potenziale impatto di Twitter all'interno della comunicazione politica rende l'uso argomentativo dei *tweet* e il profilo argomentativo del loro autore cruciale (Hansen e Walton, 2013). Questo articolo propone una metodologia di analisi basata sulla teoria dell'argomentazione, applicandola a un corpus di *tweet* prodotto dal

rappresentante del precedente governo (un utilizzatore della piattaforma che si definisce col suo profilo istituzionale) più attivo nell'uso di questo strumento, vale a dire l'ex Ministro dell'Interno e Vicepresidente del Consiglio dei Ministri italiano, Matteo Salvini<sup>1</sup>. L'analisi, avente come oggetto un corpus di 843 tweet raccolti in sette mesi e mezzo a partire dalla sua nomina a membro del governo, verrà condotta su tre livelli, identificando dapprima i messaggi argomentativi e quindi esaminando le caratteristiche di questi ultimi, al fine di riconoscere i tipi di argomenti e la loro qualità, le fallacie e le parole chiave che li caratterizzano.

## 1. BACKGROUND TEORICO

L'analisi del profilo argomentativo si basa su tre fondamenti teorici, vale a dire la distinzione tra i diversi tipi di argomento, la qualità degli argomenti – che si determina sulla base della relazione tra premesse e *backing* e soprattutto della valutazione dei presupposti su cui un argomento si basa – e l'uso di parole emotive, che possono individuare strategie ridefinitorie che spesso configurano fallacie.

### 1.1. Tipi di argomento

L'analisi argomentativa di un testo si basa in genere su due fondamenti teorici, vale a dire i concetti di *argomento presuntivo* e di *schema argomentativo*. Un argomento è un supporto fornito a una conclusione sulla base di una regola di inferenza, che corrisponde al concetto di *topos* o *locus* nella tradizione dialettica antica (Hitchcock, 1998; Macagno e Walton, 2014a; Rigotti, 2007) e quello di *warrant* nella tradizione argomentativa moderna (Hitchcock, 2003; Toulmin, 1958). A sostegno delle premesse potenzialmente dubbie sono comunemente fornite prove (o evidenze), chiamate anche *backing*. Un argomento fornisce una ragione presuntiva, in quanto 1) esso deve soddisfare un "onere della prova" fornendo ragioni che modificano lo *status quo* della conclusione; e 2) la conclusione, qualora la prima condizione sia soddisfatta, può considerarsi accettabile fino a prova contraria, cioè fino a quando non siano presentati argomenti contrari e più forti (Walton, 1995b; 2001). Un argomento tuttavia ha una duplice natura, logica e pragmatica. Un argomento non è solamente una inferenza, una relazione logico-semantica tra due proposizioni, ma un atto linguistico complesso (van Eemeren e Grootendorst, 1984, 40-46) che può avere differenti obiettivi comunicativi (Walton, 1990). Per tale

<sup>1</sup> <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/italy/society/politics/> (consultato il 30 dicembre 2018). In generale, Salvini (e quindi la Lega) è l'attore politico in generale più attivo su Twitter (Cepernich e Bracciale, 2018).

ragione, l'analisi argomentativa deve analizzare il contesto e soprattutto la finalità discorsiva per cui un argomento è comunicato, che può essere di natura persuasiva ma anche deliberativa, negoziale, informativa, oppure finalizzata alla scoperta di nuove spiegazioni (*discovery*), all'analisi delle prove (*inquiry*) o alla costruzione di relazioni personali (*eristic* o *rapport building*) (Macagno e Bigi, 2017; Walton, 1990; 2008).

Questa definizione implica l'esistenza di molte e differenti regole di inferenza e quindi di diversi tipi di argomento, che nella letteratura della teoria dell'argomentazione sono normalmente analizzati per mezzo di schemi argomentativi (Macagno e Walton, 2015; Walton, Reed e Macagno, 2008). Gli schemi argomentativi sono rappresentazioni delle strutture degli argomenti più comuni, raffigurati come una successione di premesse che sostengono una conclusione. A questi "schemi" sono associate specifiche domande critiche, vale a dire un insieme di condizioni che, se non soddisfatte, invalidano l'argomento. In tali circostanze l'argomento perde la sua natura presuntiva, cioè non può essere più utilizzato per fornire una ragione, valida fino a prova contraria, per accettare la conclusione. Queste condizioni sono espresse in forma dialogica come domande, in quanto l'onere della loro risposta può variare a seconda delle circostanze dialogiche, cioè delle regole del dialogo in cui un argomento è prodotto (un controesame di un teste ha regole differenti di un dialogo accademico o tra amici). Un esempio di schema argomentativo è il seguente argomento per ragionamento pratico (Walton *et al.*, 2008, 94-98):

Premessa 1	Il mio fine è <i>A</i> .
Premessa 2	Il migliore modo per ottenere <i>A</i> è effettuare l'azione <i>B</i> (invece delle sue possibili alternative $B_1, B_2, B_3, \dots$ ).
Conclusione	Quindi, è ragionevole fare <i>B</i> .

Domande critiche:

1. Gli altri obiettivi che possono entrare in conflitto con *A* sono stati presi in considerazione?
2. Le altre azioni alternative a *B* (e  $B_1, B_2, B_3, \dots$ ) che possono avere come effetto *A* sono state prese in considerazione?
3. Tra queste azioni alternative, quale è la più efficiente e la migliore?
4. Su quali basi posso affermare che è possibile da un punto di vista pratico effettuare *B* in queste circostanze?
5. Quali sono le conseguenze di *B* e sono queste accettabili?

In totale, più di 60 schemi argomentativi sono stati analizzati nella letteratura (Macagno e Walton, 2015; Walton *et al.*, 2008). Tuttavia, gli

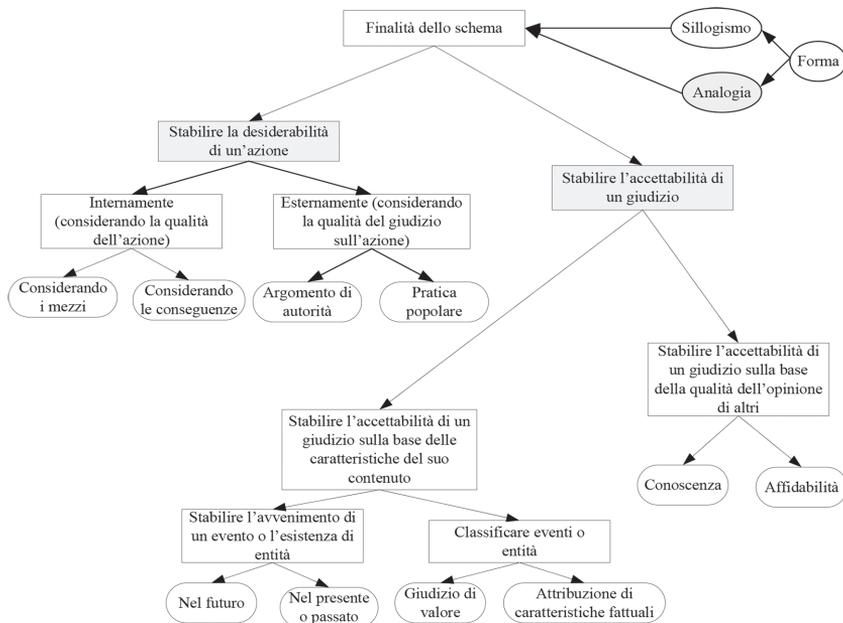


FIG. 1. Tipi di schemi argomentativi.

schemi che costituiscono le componenti di altri schemi più complessi possono essere ridotti alle categorie pragmatiche e semantiche rappresentate nella figura 1.

A queste categorie si aggiungono due altri schemi caratterizzati dalla loro forma, vale a dire l'argomento per analogia e quello per esempio. Il primo esprime una relazione semantica rappresentata dagli schemi sopra classificati tramite un paragone con uno stato di cose eterogeneo a quello espresso dalla conclusione (Macagno, 2017), mentre il secondo per mezzo di una illustrazione, cioè uno stato di cose appartenente alla stessa categoria (lessicalmente definita) della conclusione. Questo schema di annotazione è stato utilizzato e validato in precedenti pubblicazioni in altre aree di studio (Konstantinidou e Macagno, 2013; Macagno e Konstantinidou, 2013).

## 1.2. *Qualità degli argomenti*

La definizione di argomento sopra esposta unisce un criterio strutturale a uno pragmatico, distinguendosi dalla nozione puramente logica o persino logico-deduttiva che caratterizza praticamente tutti gli approcci tradizionali (Walton, 1990). Questa prospettiva ha implicazioni cruciali sui criteri per la valutazione della qualità argomentativa e soprattutto

per la definizione e l'individuazione delle tattiche ingannevoli, comunemente chiamate fallacie. In particolare, questo approccio permette di giustificare la qualità di un argomento tramite considerazioni strutturali e pragmatiche, cioè senza entrare nel merito della valutazione del contenuto espresso dall'argomento, che porrebbe l'analista sullo stesso piano di un partecipante al dialogo.

Da un punto di vista *pragmatico*, un argomento è considerato come uno *strumento verbale e sociale* per risolvere una differenza di opinioni o un dubbio, sia di natura cognitiva che pratica. Per tale motivo, un argomento deve essere pertinente al dialogo, al discorso, o alla finalità comunicativa del testo in cui esso è usato (Macagno, 2008; 2018b; Walton, 2004b; Walton e Macagno, 2016), contribuendo allo scopo del discorso (Dascal, 2003, 37-42; Leech, 1983, 99; Macagno, 2018b; Schank *et al.*, 1982). Un argomento dialogicamente irrilevante (per esempio un attacco eristico all'oratore in un contesto di discussione critica o di esame delle prove) diventa in tale prospettiva presuntivamente fallace, in quanto modifica il dialogo in essere tra gli interlocutori manipolandone l'obiettivo che questi hanno tacitamente accettato come condiviso (Walton, 2004a). Un argomento può anche essere irrilevante relativamente alla conclusione che si presume che esso debba sostenere (Walton, 1995a, 2008), come per esempio nel caso di argomenti diretti contro un punto di vista che non corrisponde a quello espresso dall'interlocutore.

La prospettiva *pragmatica* si fonde con una considerazione *dialettica* e *strutturale* quando ci si sposta da una valutazione della pertinenza a quella della possibile accettabilità delle premesse. Un argomento, in quanto discorso, si fonda su presupposizioni, proposizioni che il parlante dà per scontate in quanto parte del *common ground*, cioè con quanto è comunemente accettato dalla comunità a cui si rivolge (Atlas, 2008; Stalnaker, 1998). Tuttavia, quando le presupposizioni sono in contraddizione o conflitto con quanto è comunemente condiviso, l'argomento che le veicola diventa manipolatorio (Macagno e Walton, 2017). Infine, un argomento si deve basare su regole specifiche di inferenza (analizzate nella tradizione classica sotto il nome di "luoghi specifici" o "massime;" per un approfondimento sul tema, si veda Macagno e Walton, 2014; Rigotti e Greco-Morasso, 2019; Rubinelli, 2009) e premesse accettate dall'interlocutore. Qualora tali premesse non fossero evidenti, in quanto non comunemente condivise o presuntivamente estranee all'auditorio (come nel caso di premesse riguardanti fenomeni specifici e non conosciuti dai più), esse devono essere fondate su evidenze.

Questo comporta il ruolo fondamentale del criterio *strutturale*, vale a dire l'uso dei *backing* o prove (Kuhn, 1993; 2010, 817). In teoria dell'argomentazione e nell'area di *argumentation and education*, l'assenza dell'uso di evidenze è normalmente considerata come indicazione di una limitata capacità argomentativa (Kuhn, 2010). Nel nostro caso, l'assenza di prove a sostegno di premesse dubbie non può essere pre-

suntivamente addotta a una finalità manipolatoria (come invece nel caso delle irrilevanze argomentative che configurano una fallacia); tuttavia un argomento privo dei *backing* necessari è necessariamente incompleto e presuntivamente inaccettabile (Walton, 2010).

### 1.3. *Parole emotive e ridefinizioni*

In teoria dell'argomentazione, il concetto di parola emotiva si riferisce all'uso argomentativo di determinati termini per giustificare un giudizio di valore (che a sua volta può essere usato esplicitamente o implicitamente per giustificare una scelta o un'azione) senza fornire ulteriori ragioni (Stevenson, 1937; 1938; 1944). La parola emotiva è tale quando rappresenta il fondamento unico di un giudizio di valore; il problema è che spesso tali termini sono usati in modo fallace, in quando manipolano la conoscenza condivisa dagli interlocutori.

Si possono distinguere tre differenti usi manipolatori delle parole emotive: l'epiteto circolare, la definizione persuasiva e la quasi-definizione. Gli *epiteti circolari* (*loaded words* o *question begging epithets*) (Bentham, 1824, 213-220; Macagno e Walton, 2014b) si riferiscono all'uso indebito di un termine emotivo – il parlante usa una *loaded word* presupponendo alcune caratteristiche del referente che l'interlocutore non conosce o che non può accettare. Le *definizioni persuasive* consistono in ridefinizioni e per questo sono normalmente segnalate dalla strategia della “dissociazione” (Halldén, 1960; Schiappa, 2003; Van Rees, 2008), vale a dire la distinzione tra un significato nuovo del termine (spesso indicato come quello “vero” o “reale”) e uno corrispondente all'uso comune (presupposto quindi come “falso”). Le *quasi-definizioni*, infine, consistono nella modificazione di quello che comunemente si descrive come un tipo di “connotazione” (Kecskes, 2003; Kerbrat-Orecchioni, 1977), vale a dire le inferenze valutative (che possono determinare specifiche risposte emotive e affettive) che sono comunemente associate a un termine come conseguenza del contesto in cui è normalmente usato<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Il concetto di connotazione è estremamente complesso e spesso controverso (per una panoramica sul concetto, oltre al sopracitato studio di Kerbrat-Orecchioni, si veda Garza-Cuarón, 1991). Nel presente articolo si considera solamente la connotazione in quanto significato distinto dalla definizione lessicale (Mel'čuk, 2015, 283; Mel'čuk e Iordanskaja, 2009):

“A meaning ‘σ’ is a lexical connotation of an LU L of language L if and only if ‘σ’ satisfies simultaneously Conditions 1-2:

‘σ’ is associated by language L with the denotation of L and has observable linguistic manifestations in L.

‘σ’ is not part of L’s lexicographic definition.”

Tuttavia, il criterio 1 è stato limitato ai significati che possano essere provati – cioè quelli derivante dai precedenti contesti d'uso frequente (Kecskes, 2008; 2013; Kecskes e Zhang, 2009). Chiaramente tale approccio è limitativo, in quanto esclude la dimensione

Nello specifico, le parole emotive sono state sottoposte a una duplice analisi, semantica e connotativa, prendendo in considerazione sia la loro definizione, e quindi il raffronto tra le condizioni codificate del loro uso e il loro effettivo utilizzo nel testo in esame, sia il loro “significato emotivo” (Macagno e Walton, 2014b; Stevenson, 1937; 1944), cioè le inferenze valutative che tali termini innescano automaticamente come risultato del loro uso preferenziale. Tale significato emotivo è stato ricostruito sia in base a indicatori morfologici (come nel caso di derivazioni create a tale scopo, si veda le sezioni 5.4 e 6.4) sia, nel caso di dubbio, studiando i contesti tipici d’uso del termine analizzato, attraverso strumenti automatici di analisi di corpora (in particolare il software SketchEngine). Le tre tipologie di usi fallaci delle parole emotive sono descritte nella tabella 1 (la parola emotiva è indicata come PE).

TAB. 1. Strategie per l’uso delle parole emotive

Strategia basata su parole emotive	Definizione	Esempio
Epiteti circolari	L’uso di PE presuppone uno stato di cose <i>x</i> che non è stato precedentemente provato o che non è accettato.	Il suo comportamento è solamente <i>sincero</i> e perfettamente <i>naturale</i> , privo di ogni <i>ipocrisia</i> che caratterizza l’uomo moderno (parlando di un <i>adultero</i> ; tratto da Artsybashev, 1915, 27)
Definizioni persuasive	La definizione di PE è stata modificata per poter designare uno stato di cose <i>x</i> che normalmente non sarebbe ricaduto dentro la sua definizione, e per poter giustificare una conclusione valutativa su di esso.	Se chiami la <i>prigione</i> “ <i>vera libertà</i> ,” le persone ne verranno attratte (Huxley, 2010, 91, traduzione mia)
Quasi-definizioni	Il significato emotivo di PE, o meglio le inferenze valutative automaticamente innescate dall’uso di PE, sono modificate tramite la ricontestualizzazione del termine, cioè il suo ripetuto uso in contesti che associno ad essa specifiche conclusioni valutative.	Ho sempre disprezzato il pregiudizio che conferisce un odioso significato al nome di spia: questo nome non suona male che alle orecchie di chi non ama il Governo: <i>uno spione non è altro che un amico del bene dello stato, il flagello dei delinquenti, il fedel suddito del suo Principe</i> (Casanova, 1911, 112)

soggettiva e affettiva che spesso è analizzata in termini appunto di connotazione. Tuttavia essa permette di poter predire determinate inferenze a partire dall’uso di specifiche parole e soprattutto poter confermare tali ipotesi predittive per mezzo dell’analisi di corpora (Macagno, *submitted*).

Questi fondamenti teorici sono stati utilizzati sia direttamente (analisi dei tipi di argomento, per cui esiste già una procedura usata in precedenti lavori) sia attraverso la loro declinazione in una procedura per annotare un corpus di messaggi pubblicati su Twitter.

## 2. METODOLOGIA: COSTRUZIONE DEL CORPUS ARGOMENTATIVO

Al fine di delineare un profilo comunicativo – e nello specifico argomentativo – dell'utilizzatore della piattaforma, è stato raccolto un corpus rappresentativo di *tweet*. Il periodo è stato determinato considerando il profilo pubblico dell'utilizzatore, vale a dire il momento in cui Matteo Salvini è stato nominato Ministro dell'Interno (1° giugno 2018). A partire da questa data, l'utilizzatore si identifica pubblicamente sul suo profilo di Twitter come “Ministro dell'Interno e Vicepresidente del Consiglio;” quindi si presume che le sue comunicazioni, seppure pubblicate attraverso il suo profilo personale e non istituzionale, riflettano il suo ruolo di membro del governo (peraltro ribadito nella maggior parte dei *tweet*) e non quello di leader politico della Lega. I *tweet* sono stati raccolti durante un arco temporale in cui il profilo pubblicamente denunciato si è mantenuto distinto (seppure con dovute eccezioni) da quello di capo di uno specifico partito politico, vale a dire fino alla data del 12 gennaio, data in cui i *tweet* iniziano a esprimere esplicitamente messaggi propagandistici ai fini delle elezioni europee (e in cui si invitano i cittadini in quanto *elettori* a votare la Lega). Questo periodo (che ammonta a 225 giorni) è piuttosto omogeneo dal punto di vista del ruolo dell'utilizzatore, o perlomeno non è esplicitamente ambiguo come nel caso dei *tweet* successivi, in cui diventa complesso o impossibile distinguere Salvini in quanto ministro dal Salvini in quanto politico in permanente campagna elettorale (Blumenthal, 1982).

La costruzione del corpus è stata facilitata dal programma Chorus, un software per la raccolta e analisi dei dati di Twitter (Brooker, Barnett e Cribbin, 2016). Chorus estrae automaticamente i *tweet* sia secondo modalità temporali (in un periodo prescelto) sia per parole chiave, elencando i dati raccolti in una schermata riprodotte i primi 100 caratteri di ciascun messaggio. Considerando le limitazioni programma (che visualizza un numero limitato di dati), i *tweet* relativi al periodo mancante (1° giugno-19 giugno) sono stati estratti manualmente. In totale, i messaggi raccolti ammontano a 3327 (circa 15,5 *tweet* al giorno).

Questo corpus iniziale è stato sottoposto a un'analisi preliminare basata sui primi 100 caratteri visualizzati dal software, che ha portato a una riduzione della base di dati ai soli messaggi di natura argomentativa. La selezione dei *tweet* argomentativi si è basata sui seguenti criteri negativi:

1. Criterio formale 1. I *tweet* che propongono unicamente rimandi ad articoli o contenuti scritti da terzi sono stati esclusi, in quanto non propongono esplicitamente un argomento.

2. Criterio formale 2. I *tweet* che riproducono nella totalità o in parte sostanziale messaggi precedenti sono stati esclusi, in quanto non riflettono un supporto originale a una opinione o conclusione, ma piuttosto una finalità comunicativo-retorica di ribadire o rinforzare una ragione.

3. Criterio contenutistico-pragmatico. I *tweet* finalizzati a esprimere sensazioni, emozioni, valutazioni oppure informazioni sia di natura personale che pubblica sono stati esclusi in quanto non presuntivamente argomentativi (Macagno e Bigi, 2017, validato da Macagno e Bigi, forthcoming).

4. Criterio contenutistico-strutturale. I *tweet* che non rispecchiano la struttura argomentativa base (completa o parziale) delineata da Toulmin (vale a dire *conclusioni* sostenute da una o più *premesse* e da una regola di inferenza o *warrant*, Toulmin, 1958) sono stati esclusi in quanto non presuntivamente argomentativi (Dusmanu, Cabrio e Villata, 2017)

A questi quattro criteri si aggiunge un quinto criterio, questa volta positivo:

5. Criterio pragmatico-strutturale. Sono considerati argomentativi i *tweet* che: a) riportano opinioni o informazioni fattuali, quando queste sono usate come premesse o conclusioni; oppure b) esprimono conclusioni espresse come domande retoriche (presuntivamente finalizzate a persuadere) (Bosc, Cabrio e Villata, 2016). Il concetto di “informazione fattuale” si riferisce a un contenuto proposizionale potenzialmente verificabile o a un discorso diretto o indiretto.

L’analisi basata su questi cinque criteri ha portato alla costruzione di un corpus di *tweet* argomentativi costituito da 843 messaggi originali. Il metodo di raccolta e selezione è rappresentato graficamente nella figura 2.

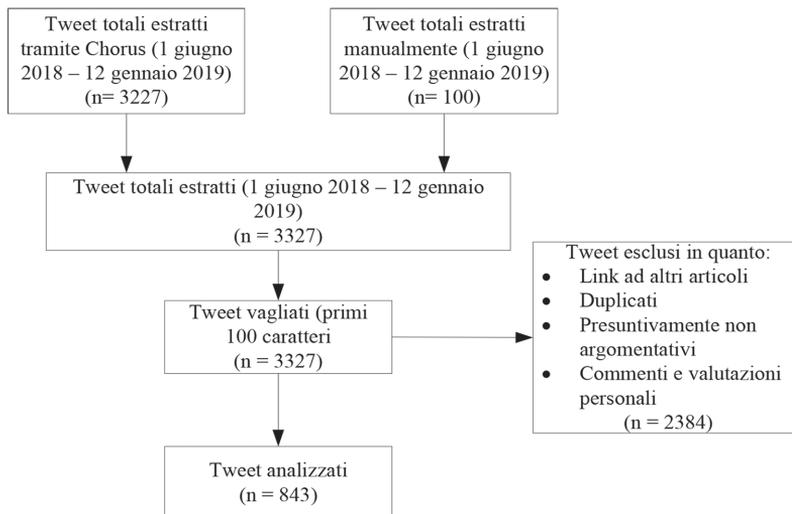


Fig. 2. Costruzione del corpus.

I messaggi di natura argomentativa rappresentano il 25% circa di tutti i *tweet*; il restante 75% è stato escluso in quanto di natura puramente espressiva o informativa (condivisione di opinioni, sentimenti, o dati e fatti di natura personale o istituzionale). I *tweet* che costituiscono il corpus argomentativo di riferimento non sempre sono di natura meramente verbale. Alcuni includono elementi visuali o multimediali. Tuttavia, per le finalità di questo studio, solamente la componente verbale è stata analizzata; la componente non verbale è stata considerata solamente ai fini della disambiguazione dei messaggi (per esempio, nei casi di riferimenti diretti alle immagini riportate) o della valutazione della correttezza di eventuali citazioni o comunicazioni di opinioni di altri (per esempio, quando il *tweet* commenta i contenuti espressi in un video).

### 3. METODO: ANNOTAZIONE DELLA QUALITÀ DEGLI ARGOMENTI

Mentre gli schemi argomentativi sono usati per annotare *corpora* (si veda per esempio Konstantinidou e Macagno, 2013a), nella letteratura in teoria dell'argomentazione la procedura per l'analisi della qualità degli argomenti è lasciata implicita. Per determinare la posizione di un

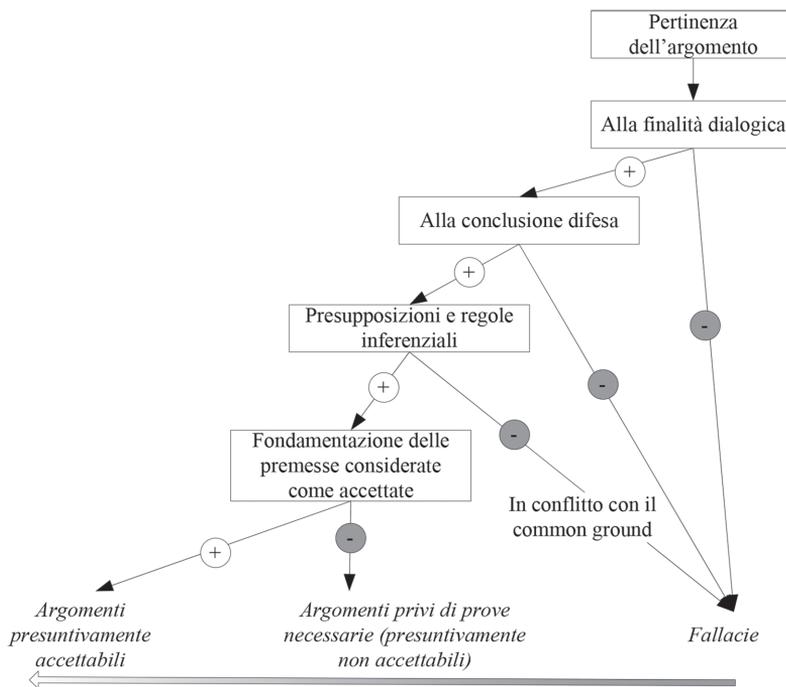


FIG. 3. Valutazione degli argomenti.

argomento nel *continuum* menzionato nella sezione 1.2, è stata quindi delineata una successione di valutazioni che, a seconda della risposta, conducono a una fase di analisi ulteriore o a un giudizio. Questa procedura è rappresentata nella figura 3 alla pagina precedente.

Mentre gli argomenti privi di prove (cioè sostegni o *backing*) segnalano necessariamente l'estrema debolezza di un argomento (Erduran, Simon e Osborne, 2004; McNeill e Krajcik, 2008) – e che quindi *può* essere a sua volta spiegato come tentativo di manipolare gli interlocutori – le fallacie sono *forte indizio* di una intenzione manipolatoria. I tre passaggi di analisi sopra indicati individuano le seguenti fallacie:

TAB. 2. *Fallacie e evidenze testuali*

Evidenza testuale	Fallacia	Esempio
Irrelevanza pragmatica (finalità del dialogo)	<i>Ad hominem</i> (un attacco personale usato per confutare un argomento o rifiutare un punto di vista)	Sei una persona immorale (incoerente), quindi quel che dici non può essere accettato.
Irrelevanza logico-semantica (conclusione difesa)	<i>Straw man</i> (o manipolazione del punto di vista dell'interlocutore per poterlo attaccare più facilmente)	Luigi mi ha detto che sono incoerente. Queste minacce di morte non sono accettabili.
Presupposizioni fattuali in conflitto col <i>common ground</i>	Falsa dicotomia (concetti contrari o azioni alternative presupposte come contraddittorie)	Dobbiamo costruire nuovi carceri, se non vogliamo mettere tutti in libertà.
Regole di inferenza presupposte in conflitto col <i>common ground</i>	<i>Post hoc ergo propter hoc</i> (giustificazione di un nesso causale tramite una successione temporale o spaziale)	La principessa Diana è morta in un luogo che anticamente era sacrificale. Quindi è morta per un sacrificio.
	Generalizzazione indebita	Questo animale è un gatto e ha il pelo nero; quindi tutti i gatti hanno il pelo nero.
	<i>Secundum quid</i> (ignorare le qualificazioni necessarie per inferire una conclusione da una generalizzazione)	Tutti hanno il diritto alla difesa personale. Quindi anche Bob, che è un bambino, ha il diritto di comprare una pistola.

Queste procedure e questi indizi testuali sono usati per annotare e individuare le mosse che sono più strettamente legate a intenti manipolatori, mentre gli argomenti privi delle prove (*backing*) necessarie sono stati contrassegnati con un codice distinto e quindi conteggiati a parte.

#### 4. ANALISI LINGUISTICA

Il corpus è stato sottoposto a un trattamento automatico lessicale e a un'annotazione manuale. L'analisi automatica si è limitata unicamente alla dimensione delle parole chiave, vale a dire quelle parole che, ai sensi della definizione fornita dalla *corpus linguistics*, sono caratterizzate da una ricorrenza in un dato corpus significativamente maggiore rispetto a quella nel corpus considerato di riferimento (cioè il corpus che rispecchia l'uso comune) (Kilgarriff, 2012). Al fine di identificare le parole chiave utilizzate da Salvini nei suoi *tweet*, il corpus descritto nella sezione 1.1 è stato analizzato tramite il programma Sketch Engine.7 (Kilgarriff *et al.*, 2014). Le *keyword* sono state automaticamente calcolate considerando il valore denominato *keynessness*, che si riferisce al rapporto tra la frequenza normalizzata di un lemma nel corpus target (il nostro corpus) e nel corpus di riferimento (in questo caso il corpus italiano preconstituito nel programma, chiamato *Italian Web 2016* e contenente oltre 200 milioni di parole).

Un'annotazione più dettagliata e specifica è stata effettuata in un secondo momento, considerando le proprietà semantiche e le inferenze comunemente giustificate dall'uso di specifiche parole. Le parole più frequentemente usate per sostenere conclusioni sono state esaminate distinguendo la loro specifica funzione e isolando quelle utilizzate per giustificare giudizi di valore o decisioni (le parole emotive).

La procedura usata per l'identificazione e l'analisi di una parola emotiva si è basata su 3 passaggi. In primo luogo, viene determinata la natura pragmatica e la struttura argomentativa del *tweet*. Nella quasi totalità dei casi, le parole emotive ricorrono in strutture costituite da una opinione (*x* è accettabile/deve essere fatto) giustificata tramite un giudizio morale (*x* è buono da un punto di vista etico/logico...). Il secondo passo consiste nell'individuazione del fondamento di tale giudizio morale. Quando il giudizio si basa unicamente sull'uso di specifici termini che generano inferenze a livello di giudizi di valore, questi possono essere considerati "termini emotivi."

L'ultimo passo consiste nell'analisi della giustificazione dell'uso delle parole emotive, che coinvolge 3 fattori. In primo luogo, si esamina se lo stato di cose a cui la parola emotiva si riferisce è condiviso universalmente dal pubblico – vale a dire se ci sono prove che esso non lo sia (per esempio informazioni terze, dichiarazioni nel corpus, etc.). In secondo luogo, qualora si riscontri una differenza tra quanto presupposto dall'uso del termine e il *common ground*, si analizza la definizione da dizionario del termine, che è confrontata con quella che emerge nel caso specifico. Nel caso in cui emerga una discrepanza, si valuta se le condizioni che legittimano una classificazione come *definizione persuasiva* (assenza di una ridefinizione esplicita nel messaggio; condivisione dello stato di cose designato da parte del parlante e del

pubblico) o come *epiteto circolare* sono soddisfatte. Come ultimo passo, qualora i primi due test risultassero negativi, si analizza l’inferenza e si determina se la conclusione valutativa è comunemente associata all’uso del termine o se invece quest’ultimo è stato quasi-definito. A tale fine si cercano i migliori esempi (da dizionario) nel corpus di riferimento in Sketch Engine (valore determinato automaticamente nella piattaforma) e si analizzano le collocazioni (vale a dire il contesto in cui il termine è utilizzato). Qualora i giudizi normalmente inferiti sono differenti da quelli riscontrati nel messaggio in analisi o polarmente incompatibili con questi, si valuta la possibilità di una *quasi-definizione*.

## 5. RISULTATI: ANALISI ARGOMENTATIVA

I risultati quantitativi forniscono una prospettiva generale sulle caratteristiche argomentative e le strategie più frequenti usate dall’ex Ministro dell’Interno nelle sue comunicazioni su Twitter. Questa sezione prende in considerazione due dimensioni interconnesse dello stile argomentativo, vale a dire a) i tipi di argomento usati, assieme alla loro frequenza e alla percentuale di argomenti completi, vale a dire fondati sulle evidenze necessarie; e b) le fallacie commesse.

### 5.1. *Analisi quantitativa: tipi di argomento*

L’analisi argomentativa del corpus mostra specifiche tendenze. In primo luogo, gli argomenti identificati ammontano a 800, comprendenti sia gli argomenti valutati come privi di evidenze necessarie (466), sia quelli che non si configurano come incompleti (334). Si riporta nella tabella 3 la classificazione degli argomenti più usati con a fianco l’indicazione della loro frequenza.

Tab. 3. *Tipi di argomento utilizzati*

Tipo di argomento	Occorrenze	Frequenza (%)
Argomento per ragionamento pratico	175	22.0
Argomento per conseguenze	114	14.2
Argomento per valori	109	13.6
Argomento per segno (carattere)	106	13.2
Argomento per classificazione per conseguenze	82	10.2
Argomento per commitment	75	9.4
Argomento per classificazione	41	5.1
Argomento per esempio	21	2.6
Argomento per opinione popolare	20	2.5
Argomento per regole	19	2.4
Argomento per causa-effetto	15	1.8
Argomento per autorità	13	1.6
Altri	10	1.2

Da questa tabella si nota come gli argomenti più frequenti sono quelli finalizzati alla giustificazione di una decisione (ragionamento pratico, conseguenze, regole, *commitment*), che nel loro insieme costituiscono quasi il 50% del totale degli argomenti. Gli argomenti finalizzati a giudicare uno stato di cose come positivo o negativo, cioè l'argomento per valori e per classificazione per conseguenze, raggiungono quasi il 25% del totale. In particolare, questi due argomenti sono perlopiù usati come argomenti a sostegno degli argomenti decisionali, in quanto hanno come conclusione la valutazione di uno stato di cose che viene poi identificato come obiettivo o come conseguenza da evitare o perseguire. Un dato estremamente interessante riguarda l'uso dell'argomento per segno, che è usato nel corpus quasi solamente per giustificare una qualità del carattere e in oltre la metà dei casi (60 occorrenze) il carattere positivo di Salvini stesso. A questi argomenti si devono aggiungere quelli per *commitment* che non si limitano a giustificare un'azione sulla base dell'impegno preso, ma evidenziano le qualità positive dell'impegno di Salvini (66 occorrenze), giustificando una valutazione positiva del suo carattere. Nell'insieme, questi due usi degli argomenti per la costruzione retorica del carattere del parlante ammontano a circa il 16% degli argomenti. Chiaramente questi dati si riferiscono unicamente agli usi argomentativi dei *tweet*, escludendo tutti i casi in cui gli slogan ("dalle parole ai fatti" etc.) possono avere questa funzione valutativa, ma compaiono isolatamente e sono presuntivamente finalizzati a commentare su contenuti veicolati in modo non testuale, ipertestuale o extra-testuale (collegamenti ipertestuali, immagini, etc.).

## 5.2. *Analisi qualitativa: tipi di argomento*

La strategia argomentativa in senso stretto che risulta più comune nel corpus consiste nell'associazione di due tipi di schemi argomentativi, quelli deliberativi (per conseguenze o per ragionamento pratico) e quelli classificatori (per valori o per valutazione). Da un punto di vista strutturale, Salvini tende a non fornire in perlomeno uno di questi due argomenti i fondamenti che renderebbero ragionevole l'argomento complesso risultante. Un esempio tipico è il seguente:

### *Esempio 1*

Se per dare un Futuro ai nostri figli, costretti a scappare all'estero, dovrò ignorare uno "zerovirgola" imposto da Bruxelles, per me quel numero vale poco. Prima viene la felicità dei nostri giovani.

In questo caso, Salvini usa un ragionamento pratico (fine-mezzo) in cui una decisione (ignorare il tetto massimo del rapporto deficit/PIL) è giustificata tramite un fine valutato positivamente da tutti (felicità

dei giovani; dare un futuro). Il duplice argomento presenta un’assenza completa dei fondamenti necessari in quanto né gli effetti, né l’unicità della possibile azione da intraprendere (ignorare lo “zerovirgola”), né tantomeno il giudizio di valore sulle condizioni (“zerovirgola,” che designa un accordo preso su un tema economico) sono giustificati.

### 5.3. *Analisi quantitativa: fallacie*

L’analisi delle fallacie commesse rivela un numero di argomenti incorrettamente utilizzati (e quindi presuntivamente manipolatori) quasi pari a quello dei *tweet* (806). Considerando anche il fatto che in alcuni casi più di una fallacia è commessa all’interno dello stesso messaggio, l’incidenza degli “argomenti” ingannevoli nei messaggi rimane estremamente alta, vicina al 90% dei *tweet*. I dati sono riportati nella tabella 4.

TAB. 4. *Tipi di fallacie commesse*

Fallacia	Occorrenze	Frequenza nel corpus (%)
<i>Ad hominem</i>	350	41.5
<i>Straw man</i>	145	17.2
Falsa dicotomia	133	15.8
Generalizzazione indebita	98	11.6
<i>Post hoc</i>	50	5.9
<i>Secundum quid</i>	30	3.5

Questi numeri mostrano come la fallacia più frequente sia quella *ad hominem*, dato che rispecchia un atteggiamento argomentativo estremamente aggressivo. Tuttavia, se si analizza più nel dettaglio questa mossa, possiamo identificare specifiche strategie. Salvini non usa solo attacchi diretti, vale a dire attacchi personali basati su epiteti peggiorativi, che comunque rappresentano più della metà degli *ad hominem*. A questi egli associa tre tattiche che sono finalizzate a perseguire una strategia duplice, vale a dire la critica del carattere della vittima dell’attacco e la caratterizzazione del carattere del parlante come positivo. Le tre strategie sono:

a) la critica di incoerenza o parzialità (che è contrapposta alla coerenza e integrità del parlante);

b) la vittimizzazione (che presuppone che il parlante non abbia le colpe e i difetti di cui è accusato, e anzi è innocente, tale da suscitare pietà e simpatia); e infine

c) la ridicolizzazione (che manifesta la superiorità del parlante) (Macagno, 2013; Walton, 1998).

Le distribuzioni di questi attacchi personali sono rappresentate nella tabella 5.

TAB. 5. *Tipi di ad hominem*

Tipi di <i>ad hominem</i>			
Diretto	Accusa di incoerenza e parzialità	Ridicolizzazione	Vittimizzazione
191	74	59	26
54.6%	21.1%	16.8%	7.4%

Questa distribuzione mostra una tendenza strategica alla difesa, soprattutto se si analizzano gli epiteti e le accuse che caratterizzano gli *ad hominem*. Nel 45% dei casi Salvini attacca gli opposenti in nome di valori che non possono non essere condivisi dagli interlocutori, vale a dire *coerenza e integrità* (seconda categoria), *intelligenza* (terza categoria) e *innocenza* (ultima categoria). Tuttavia, se andiamo ad analizzare le parole emotive usate negli attacchi diretti personali, notiamo che gli insulti veri e propri sono in totale 27 e perlopiù riferiti agli autori di atti e o dichiarazioni a loro volta offensivi nei confronti dell'ex Ministro. Tali epiteti quindi sono giustificabili in quanto inseriti in un contesto eristico, in cui Salvini risponde con insulti a insulti. Il problema da un punto argomentativo è il resto.

Gli *attacchi personali* fallaci sono basati su valori condivisi e condivisibili da tutti i lettori. Per esempio troviamo spesso accuse implicite di superbia (neologismi tramite suffissazione in *-one* – 13 occorrenze), parole e neologismi che indicano assenza di qualità morali (“centri asociali” – 6; “buonisti” – 21; “amici di <categorie moralmente disprezzate>” – 5; “radical/figli di papà” – 9; “benpensanti” o persone “perbene” – 13), etico-professionali (“chiacchieroni” – 11; categorie come “miliardari,” “burocrati,” “banchieri,” “speculatori,” ricchi in genere – 34), o logiche (tra cui epiteti come “incompetente,” “fenomeno,” “incapace,” “ignorante” – 58). La strategia comune è quella di un attacco, ma in nome di valori per cui è accettata l'indignazione. Tali *ad hominem* sono soprattutto usati per attaccare categorie di cui Salvini stesso si presenta implicitamente come l'alternativa. In questo modo, il suo attacco personale permette una inferenza implicita a sostegno della bontà del suo carattere, vale a dire moralità, integrità, coerenza, umiltà, e intelligenza. Mentre nessuna prova è addotta per giustificare tali caratteristiche del suo *ethos*, l'attacco agli oppositori in nome di questi valori etici presuppone (nel caso della ridicolizzazione) o implica (nel caso di attacchi personale agli oppositori) il loro possesso da parte di chi propone le idee che li incarnano (la giusta indignazione, secondo Tommaso D'Aquino, può essere buona in quanto avviene in nome della giustizia).

#### 5.4. *Analisi qualitativa: fallacie*

L'analisi qualitativa delle fallacie identifica alcuni usi preferenziali delle mosse manipolatorie più frequenti. Iniziando dalla fallacia più frequente, l'*ad hominem* abusivo, possiamo fornire il seguente *tweet* che illustra una strategia tipica:

##### *Esempio 2*

I giornali di sinistra sostengono che avrei usato parole di... Hitler. Ma vergognatevi, cretini!

Questa strategia è estremamente comune nel corpus, e consiste nell'attacco personale (in questo caso tramite un insulto diretto e una espressione di scandalo) che vuole rispondere e confutare un giudizio basato su informazioni fattuali e verificabili (Walton, 1998). Salvini, invece di attaccare i fondamenti del giudizio, ne attacca gli autori. Questo attacco è totalmente irrilevante, in quanto gli autori non si erano posti come le autorità su cui si basava il fondamento del giudizio. L'effetto è quello di rispondere a una mossa dialogica di tipo persuasivo (fondata su ragioni) con una mossa eristica, in cui l'obiettivo è attaccare l'interlocutore. L'inosservanza del criterio pragmatico giustifica la classificazione di questo *tweet* come fallace (*ad hominem*).

Questo esempio nasconde un'ulteriore strategia che consiste nell'uso inappropriato delle presupposizioni (per uno studio delle presupposizioni nei messaggi su Twitter, si veda Brocca, Garassino e Masia, 2016). Il termine "vergognarsi" presuppone una valutazione negativa dell'agente (Ben-Ze'ev, 2000, 525): l'agente deve aver commesso un'azione (in questo caso diffamare una persona) che è comunemente giudicata come immorale. Questo giudizio tuttavia è ingiustificato, dal momento che Salvini non fornisce nessuna prova a fondamento né della falsità dell'affermazione (I giornali hanno davvero mentito? Cosa ha veramente affermato Salvini?). La presupposizione ha come effetto inserire la proposizione presupposta nel *common ground* degli interlocutori (Macagno, 2018a; Macagno e Walton, 2017), i quali si trovano ingiustificatamente ad avere accettato un giudizio su cui mai si sono espressi. Questa strategia pragmatica ricade nell'ambito delle strategie argomentative fallaci senza qualificarsi come fallacia per sé, essendo essa il risultato o il fondamento di altri argomenti ingannevoli. Essa è quindi genericamente classificata come "presupposizione indebita." A livello quantitativo, le presupposizioni indebite caratterizzano il 28% dei *tweet* argomentativi di Salvini (240 occorrenze totali). In pratica, in poco meno di un terzo dei suoi messaggi argomentativi, l'ex Ministro dell'Interno manipola le conoscenze condivise dai suoi interlocutori, dando per scontate informazioni infondate o false, che il suo pubblico non conosce e che non potrebbe accettare.

Una fallacia che caratterizza il profilo argomentativo di Salvini e che illustra l'uso della presupposizione indebita è la fallacia di *falsa*

*dicotomia*, commessa in oltre il 15% dei *tweet* argomentativi. Tale mossa consiste nel presupporre la contraddittorietà di due concetti che possono essere solamente contrari, al fine di giustificare o una decisione o un giudizio di valore (Macagno e Walton, 2011). Un uso prototipico di questa strategia presupposizionale è il seguente:

*Esempio 3*

Ancora sciocchezze da Bruxelles. Perché la signora commissaria non viene a visitare un Campo Rom a Roma o Milano, fra armi, illegalità, bambini sfruttati e oggetti rubati? Così magari si sveglia e cambia idea. Io voglio ordine e regole. Punto.

Questo messaggio presenta due chiari esempi di presupposizione indebita. Il primo è rappresentato dall'uso dell'avverbio "ancora" e dall'organizzazione della struttura informativa della frase (Atlas, 1991; 2004; Beaver, 2010; Gundel e Fretheim, 2004, 177; Strawson, 1971). In questo caso, l'avverbio attiva la presupposizione che l'evento descritto si sia verificato nel passato e che l'evento abbia le caratteristiche usate per caratterizzarlo. In questo caso, Salvini considera che i suoi lettori condividano il "fatto" che a Bruxelles abbiamo commesso atti qualificati come "sciocchezze" e che il fatto in questione (una posizione riguardante le iniziative riguardanti i Rom) sia una "sciocchezza." Visto che non esistono prove di tale condivisione globale di opinione (e quindi non si può escludere una opinione contraria) e considerato il fatto che il giudizio di valore sull'ultima opinione non può essere condiviso (in quanto Salvini apparentemente informa il suo pubblico di tale presa di posizione), tale presupposizione è da considerarsi come indebita<sup>3</sup>. Simile analisi si applica al predicato "svegliarsi," che genera una presupposizione (la condizione di "sonno <della ragione>" di Bruxelles) non giustificata né universalmente condivisa.

La presupposizione è utilizzata anche come mezzo per introdurre implicitamente generalizzazioni che altrimenti sarebbero difficilmente accettabili. Un esempio è il seguente *tweet*, in cui si combinano diverse strategie manipolatorie:

*Esempio 4*

ROBADA MATTI! Ci sono 119mila toscani in condizioni di povertà assoluta, ma il governatore sinistro annuncia un "ricorso" contro il #DecretoSicurezza, una legge che dà più legalità, risorse e strumenti agli amministratori locali. Lui pensa ai clandestini, noi agli italiani!

<sup>3</sup> Tale analisi è valida se si considera il *tweet* come un messaggio autonomo. Salvini usa costantemente auto-rimandi e auto-citazioni e tale presupposto potrebbe essere meno problematico se inserito nel complesso dell'intera attività sulla piattaforma social. In tale ottica, l'utilizzatore avrebbe potuto riferirsi a precedenti messaggi propri – ipotesi che tuttavia rimane da verificare, come d'altra parte la correttezza dei presupposti di questi ultimi.

Questo esempio illustra tre fenomeni argomentativi distinti. Il più evidente consiste in una replica irrilevante, in quanto a un giudizio basato su ragioni (ricorso), Salvini replica con un attacco personale sia implicito (lui pensa ai clandestini – quindi non pensa agli italiani) che esplicito (attraverso il giudizio valutativo ingiustificato “da matti” e l’aggettivo valutativo “sinistro”), vale a dire come un duplice *ad hominem*.

Il secondo fenomeno è più complesso, in quanto si basa sull’uso indebito della presupposizione. Salvini ricostruisce il pensiero del governatore toscano come basato su due categorie, gli “italiani” e i “clandestini:” secondo Salvini, dal momento che il governatore ha come fine la protezione dei clandestini, si oppone al decreto che tutela gli italiani e quindi rinuncia e anzi si oppone alla protezione degli interessi dei toscani “poveri.” Questa implicita dicotomia è pragmaticamente ambigua, in quanto il “punto di vista” o la caratteristica che accomuna i due predicati è lasciato all’interpretazione del lettore. Due ricostruzioni sono possibili. Da un lato, gli “italiani” e i “clandestini” sono presentati come incompatibili dal punto di vista dei diritti e soprattutto del decreto sicurezza a cui il governatore si oppone: chi si oppone al decreto, implica Salvini, protegge i clandestini, e quindi va contro gli interessi degli italiani. Questa dicotomia è presupposta ma non può essere condivisa o persino condivisibile (il decreto pregiudica gli interessi e i diritti non solo degli immigrati irregolari, ma anche dei richiedenti asilo e di coloro che sono in possesso di un regolare permesso di soggiorno). In tal senso, la categoria dei clandestini è generalizzata in modo manipolatorio così da coincidere con quella degli immigrati. Tuttavia, questa contrapposizione non è l’unica che l’ex Ministro prende come comunemente accettata dal pubblico. Egli contrappone l’opposizione al decreto (e quindi la tutela dei “clandestini”) agli interessi dei “toscani poveri” (senza specificare quanti immigrati rientrano nella categoria di “toscano” ai fini di tali statistiche), come se il rifiuto di ridurre i diritti di una parte della popolazione avesse come effetto automatico la rinuncia o l’impossibilità di aiutare una differente categoria di persone.

Il terzo fenomeno argomentativo è l’argomento per *causa ad effetto*. Quando Salvini argomenta che il decreto sicurezza è “una legge che dà più legalità, risorse e strumenti agli amministratori locali,” la pertinenza della frase relativa è giustificabile solo attraverso la sua funzione argomentativa, in quanto dovrebbe fornire una ragione a sostegno dalla contrapposizione tra il decreto e le persone in povertà assoluta. Tuttavia, l’ex Ministro dell’Interno non fornisce prove o ragioni che giustifichino come un aumento della *legalità* (oltre che dei mal definiti “strumenti” e “risorse”) possa contrapporsi alla *povertà assoluta*. In tal caso, l’argomento è privo di una sua componente essenziale, la giustificazione di un nesso causale che non può essere dato per scontato. Nello spettro della valutazione degli argomenti, tale fenomeno rappresenta un argomento incompleto. Mentre non lo si può considerare come presuntivamente

fallace (e quindi manipolatorio), in quanto la determinazione di questo giudizio comporterebbe considerazioni al di là dell'analisi del testo in esame (come l'esame delle comunicazioni preve e di tutti gli argomenti a cui l'hashtag #DecretoSicurezza può rimandare), non si può assolutamente valutarlo come un argomento accettabile.

Nel nostro Esempio 4, possiamo notare come Salvini non descriva fedelmente l'opinione del suo opponente, ma anzi la distorce e la manipoli per poterla poi classificare e attaccare come una "cosa da matti." Tale mossa manipolatoria, chiamata *straw man* in argomentazione (Macagno e Walton, 2017), è tanto frequente nella "retorica" di Salvini da esserne una delle sue caratteristiche più evidenti. La distorsione, come l'attacco, configurano tale fallacia come una tattica estremamente ingannevole e aggressiva, soprattutto in condizioni non dialogiche che quindi non contemplano una risposta della parte attaccata. La fallacia di *straw man* si può riscontrare nel 17% dei messaggi totali, indicando una chiara tendenza dell'autore dei post a rappresentare in modo non fedele i punti di vista che intende criticare. Spesso lo *straw man* è commesso rappresentando erroneamente la finalità pragmatica delle opinioni discordanti (qualificati come "attacchi," "minacce," "fastidio," "colpevolizzazione"), o banalizzandone il contenuto ("sollevare un polverone," "se a Bruxelles capiscono che non abbiamo messo numeri a caso"), o distorcendolo o eliminando elementi essenziali dell'opinione riportata ("Dove sta scritto che io devo togliere 4 miliardi di euro dalle tasche degli italiani perché un commissario europeo mi ha detto di fare così??"). La tattica di *straw man* più frequente rimane la prima, che più genericamente si può generalizzare come una descrizione dell'opinione contraria tramite parole emotive usate ingiustificatamente. Un esempio è il seguente:

#### *Esempio 5*

Non ho parole, un comizio durante la Messa? Manderò a questo prete il testo della #LeggeSalvini perché capisca che è un passo in avanti nel nome del rispetto, delle regole, della sicurezza, della vera integrazione. Amen.

Lo *straw man* in questo caso consiste nella descrizione della critica alle politiche immigratorie di Salvini come un "comizio," presupponendo la finalità politica della omelia in questione e la faziosità politica del prete, fattori che non sono comprovati da evidenze. In questo caso è utile segnalare come le presupposizioni indebite siano la chiave dello *straw man*.

L'ultimo tipo di fallacia commessa che caratterizza in modo significativo il corpus è la generalizzazione indebita, che assieme all'altra fallacia di generalizzazione, il *secundum quid*, occorre nel 15% dei post argomentativi totali. Tale fallacia si riscontra molto frequentemente usata per estendere la categoria "italiani" dalla percentuale che ha sostenuto la Lega nelle elezioni (poco più del 17%) alla totalità dei sostenitori dell'at-

tuale governo o addirittura alla totalità dei cittadini. Un uso differente consiste nell'uso ingannevole dell'esempio, vale a dire il caso singolo generalizzato a una tendenza, come per esempio un caso di violenza commesso da stranieri mostrato come evidenza di un comportamento generalizzato ("e poi dicono siamo stati 'troppo cattivi'"). La generalizzazione indebita può essere anche usata implicitamente, suggerendo una mentalità condivisa da una categoria di persone:

#### *Esempio 6*

ASCOLTATE! "Vogliamo il permesso di soggiorno SUBITO, ADESSO e ORA!" "E CASA per tutti!". Capito? Lo PRETENDONO, ce lo ORDINANO. Gli italiani ci hanno mandato al governo per affermare questo principio: chi non ha il diritto di rimanere in Italia se ne torna al suo Paese!

Questo messaggio, oltre a distorcere i contenuti di una manifestazione di protesta (che non ha certamente il fine di "ordinare" nulla), presuppone che gli italiani che hanno votato Lega (e quindi le politiche anti-immigratorie) rappresentino la totalità degli italiani. Inoltre, implicitamente suggerisce che la categoria complessiva di individui "che non ha diritto di rimanere in Italia" – e non solamente coloro che hanno partecipato alla manifestazione (una minoranza di tale gruppo) – condivida le opinioni riportate.

## 6. RISULTATI: PAROLE CHIAVE E PAROLE EMOTIVE

### 6.1. *Analisi quantitativa*

In totale nel corpus possiamo notare un'altissima frequenza di parole emotive usate abusivamente (1236, corrispondente a circa 1,5 parola emotiva per *tweet*). La strategia più comune è la definizione persuasiva (780 occorrenze, pari al 63%), seguita dall'epiteto circolare (305 occorrenze, pari al 24%) e dalla quasi definizione (151 occorrenze, pari al 13%). Questi risultati dell'analisi manuale linguistico-argomentativa sono stati incrociati con quelli derivanti dal trattamento automatico del corpus.

L'analisi automatica del corpus mostra come i messaggi di Salvini siano caratterizzati da alcune parole chiave specifiche. Il termine che presenta un valore di *keynessness* più alto, vale a dire al cui frequenza nel corpus nostro risulti più differente da quello di riferimento, è "buonsenso" (valore: 573; 47 occorrenze), seguito da "scafista," "pacchia," "buonista," "perbene," "delinquente," "clandestino," "trafficante," "sbarco" e "rosiconi." Delle 10 parole chiave individuate, 5 sono dispregiative e di queste 2 ("buonista" e "rosiconi") sono epiteti circolari, in quanto implicano un giudizio di valore negativo senza che vi siano condizioni predefinite per il loro uso (cioè non è possibile giustificarne oggettivamente l'uso per classificare una entità). Le parole "scafista,"

“delinquente,” “clandestino,” e “trafficante” sono usate come peggiorativi per implicare un giudizio di valore sulla pratica dell’immigrazione non controllata. La loro connotazione è spesso modificata tramite la quasi-definizione, vale a dire la collocazione frequente in contesti in cui il giudizio negativo non può essere frainteso (“trafficienti di esseri umani,” “mangiatoia dell’immigrazione clandestina,” “bastardi scafisti,” “protezione delle frontiere <contro scafisti e clandestini>”). L’aggettivo “perbene” è usato per fini dissociativi (“italiani perbene” è il predicato nominale con indice di *keynessess* più alto) per distinguere comportamenti approvati e indicati come positivi da quelli contrari. Chiaramente questo uso è circolare, visto che nessuna ragione per la predicazione del termine chiave è fornita. Il problema ulteriore che emerge è una sorta di minaccia implicita: chi non approva il comportamento riferito all’“italiano perbene” è automaticamente classificato come appartenente all’altro estremo della falsa dicotomia (certamente non troppo apprezzabile).

## 6.2. *Analisi qualitativa: epiteti circolari*

Da un punto di vista di analisi qualitativa, possiamo notare che la parola chiave più frequente (“buonsenso”) è anche quella argomentativamente più potente, considerando il numero di inferenze che essa suggerisce. “Buonsenso” è comunemente definito come la capacità di “valutare e distinguere il logico dall’illogico, l’opportuno dall’inopportuno, e di comportarsi in modo giusto, saggio ed equilibrato, in funzione dei risultati pratici da conseguire”<sup>4</sup>. L’uso di questo termine ha un duplice effetto argomentativo. Da una parte esso giustifica una conclusione in modo circolare (la conclusione è accettabile perché logica, opportuna, etc.). Dall’altra, designando una capacità umana, implica un giudizio sia su chi accetta che su chi rifiuta l’opinione in questione (chi non è d’accordo non è in grado di ragionare in modo logico, equilibrato, etc.). Un chiaro esempio è il seguente:

### *Esempio 7*

Bene! Non servono comunque i sondaggi per capire che la grande maggioranza degli italiani è d’accordo con noi: si tratta di semplice BUONSENSO. Sbaglio? STOP Ong, STOP scafisti, io non cambio idea, non si molla!

Questo esempio illustra una strategia frequentemente usata in modo analogo in molti *tweet*. Un punto di vista controverso (la grande maggioranza degli italiani è a favore delle politiche migratorie di Salvini) è sostenuto da due argomenti. Il primo consiste in una generalizzazione basata sui sondaggi relativi alla Lega (che non dimostrano in ogni caso

<sup>4</sup> <https://dizionari.repubblica.it/Italiano/B/buonsenso.html> (consultato il 01 febbraio 2019).

una maggioranza, né un appoggio alla politica in questione), che illustra una fallacia sia di generalizzazione indebita che di *secundum quid*. Il secondo corrisponde all'uso del termine chiave, che permette una inferenza estremamente problematica: la politica migratoria è opportuna e saggia (presupposizione); la maggior parte degli italiani sceglie e sostiene ciò che è saggio e opportuno; quindi la maggior parte degli italiani sostiene la politica migratoria. Questo ragionamento è manipolatorio per due ragioni. Da una parte, Salvini presuppone una qualità della politica che sarebbe autocontraddittorio definire come condivisa (visto che si riferisce pure lui a una “maggioranza” e non alla *totalità* degli italiani), manipolando le presupposizioni. Dall'altra, divide le posizioni riguardanti tale politica in due categorie, quella favorevole e basata sul retto e logico pensiero e quella contraria, che quindi non può qualificarsi come espressa da persone di “buonsenso.” Gli oppositori si trovano quindi a essere automaticamente accusati di non sapere distinguere il logico dall'illogico e l'opportuno dall'inopportuno, accusa che da sola è sufficiente a escluderli dal dibattito. In quanto incapaci di valutare, non possono essere considerati come interlocutori credibili, né le loro ragioni possono essere viste come degne di considerazione.

### 6.3. *Analisi qualitativa: definizioni persuasive*

Come abbiamo evidenziato nella descrizione della metodologia di analisi, la definizione persuasiva può essere facilmente distinguibile quando gli indicatori di una ridefinizione (*dissociation markers*) sono presenti, come gli aggettivi “vero” o “reale.” Un esempio è il seguente:

#### *Esempio 8*

L'Africa non si aspetta carità, ma si aspetta AIUTO VERO per studiare, curarsi, crescere, lavorare, ognuno nella sua terra senza sradicare popoli e culture.

In questo messaggio, il concetto di “aiuto” è cruciale in quanto è utilizzato per sostenere la conclusione che specifiche politiche di accoglienza devono essere rielaborate. Tuttavia, il termine “aiuto” è comunemente usato per riferirsi proprio ai comportamenti che l'ex Ministro dell'Interno intende limitare. In questo caso emerge come strategico l'uso della definizione persuasiva: il termine “aiuto” è ridefinito in modo da assumere come significato “vero” *solamente* l'insieme delle azioni finalizzate a sostenere i popoli a distanza. Il significato comunemente condiviso (opera di soccorso o assistenza fornita a chi si trova in difficoltà o in pericolo), che include necessariamente l'accoglienza di persone che fuggono dal loro paese (e si trovano in difficoltà), è quindi escluso come “falso,” e descritto (quasi-definito) tramite altre parole emotive – a loro volta quasi-definite – che giustificano giudizi negativi (“carità,” “sradicare”).

#### 6.4. *Analisi qualitativa: quasi-definizioni*

La quasi-definizione è il fenomeno più complesso da giustificare oggettivamente, in quanto comporta una ricontestualizzazione di un termine emotivo. Tale strategia può essere individuata tramite l'uso di specifici indicatori linguistici come l'uso inappropriato di suffissi (come l'accrescitivo “-one,” che esprime una qualità della base percepita come negativa, normalmente un eccesso o una grandezza esagerata e inopportuna, tali da sfiorare il ridicolo o da suscitare il disprezzo, cfr. Lo Duca, 2004, 211) o la segnalazione inequivocabile dell'inferenza pretesa dall'autore (per esempio, l'uso di punti esclamativi, *emoticon*, puntini di sospensione). Un esempio è il seguente:

##### *Esempio 9*

Secondo Repubblica e qualche professorone di sinistra non dovrei condividere con voi sui Social ciò che faccio, mangio o bevo...!! Io non cambio, stavo con Voi prima di fare il ministro e continuo a farlo oggi! Bacioni e Maalox ai rosiconi.

Il termine “professorone” è usato qui come parola emotiva per giustificare la conclusione che “il consiglio di non condividere sui Social ciò che faccio... è assurda (ridicola, etc.)” L'ex Ministro dell'Interno non spiega le ragioni a sostegno della sua conclusione; piuttosto egli usa un termine che normalmente permette inferenze valutative positive, persino quando suffissato in -one. In questo caso, analizzando il corpus di riferimento, il termine è prevalentemente associato a epiteti o concetti positivi come “qualità,” “inarrivabile,” “onnisciente” o contrastato con il concetto di errore (“persino il professorone...;” “anche i professoroni”). La strategia utilizzata da Salvini in questo esempio è modificare il contesto prototipico associando il termine a presunta faziosità politica (“di sinistra”) e segnalando la ridicolosità dei loro comportamenti tramite epiteti connotati negativamente (“rosiconi”). “Professorone” non è ridefinito, ma piuttosto manipolato dal punto di vista delle inferenze che possono essere ricavate dal suo uso (è un professorone, quindi un ridicolo superbo).

La quasi-definizione può essere identificata tramite il contrasto tra l'uso di un termine comunemente considerato neutro e un contesto fortemente negativo. Un esempio è il seguente:

##### *Esempio 10*

Col Pd caos e clandestini, con la Lega ordine e rispetto. Certi sindaci rimpiangono i bei tempi andati sull'immigrazione, ma anche per loro è finita la pacchia!

Salvini usa due termini, “immigrazione” e “clandestini” in un contesto fortemente negativo. “Clandestino” è contrastato con “rispetto,”

mentre il termine “immigrazione” è usato per designare pratiche che suppostamente hanno generato la “pacchia” di alcune persone, vale a dire la loro condizione fortunata. Si noti che “pacchia” è usata presupponendo una situazione di sfruttamento di determinate condizioni a scapito dei cittadini, condizione che sicuramente non è giustificata né universalmente condivisa.

La quasi definizione, infine, è spesso associata all’uso figurato di termini. Si consideri nuovamente l’*Esempio 1* analizzato nella sezione 5.2:

Se per dare un Futuro ai nostri figli, costretti a scappare all’estero, dovrò ignorare uno “zerovirgola” imposto da Bruxelles, per me quel numero vale poco. Prima viene la felicità dei nostri giovani.

La sineddoche “zerovirgola” è usata per indicare la correzione della legge di bilancio. Tuttavia, il *tweet* intende giustificare il giudizio morale negativo di tale correzione (e quindi la decisione di non rispettarla). L’unica ragione che Salvini adduce è l’uso di questo termine in un contesto al tempo stesso nuovo e specifico, in cui “zerovirgola” è contrastato con il “futuro” e la “felicità” dei “nostri” figli, e al contempo associato a termini valutati negativamente come “imposto.” I termini “futuro” e “felicità” sono più problematici, in quanto la manovra non si può dire finalizzata alla creazione di futuro e felicità, ma di certe *condizioni* che Salvini descrive come tali senza fornire prove o dettagli. In entrambi i casi, i termini sono definiti persuasivamente.

## 7. CONCLUSIONI

Twitter è uno strumento estremamente diffuso per condividere informazioni e aggiornamenti di natura personale. Il problema si pone quando un messaggio di 280 caratteri ha come fine difendere una posizione o persino una decisione politica. Il rischio è che gli argomenti diventino senza ragioni nel vero senso del termine, vale a dire si trasformino in conclusioni fondate su premesse non condivise o nei casi più estremi, irrilevanti o non condivisibili. Questa analisi è stata effettuata per esplorare questa ipotesi tramite evidenze ricavate tramite schemi di annotazione. A tale fine, abbiamo sottoposto il corpus di *tweet* argomentativi di Salvini a una triplice analisi argomentativa, condotta tramite l’annotazione dei tipi di argomento e delle fallacie, la valutazione della struttura degli argomenti, e l’identificazione delle strategie ridefinitorie. Nonostante le limitazioni legate alla complessità della metodologia di annotazione (tre differenti codici) e l’estensione del corpus (limitato a un periodo specifico e non comparato con corpora simili), è possibile trarre alcune conclusioni preliminari dai dati emersi.

Nel corpus dei *tweet* argomentativi prodotti dall’ex Ministro dell’Interno italiano, solo il 21% degli argomenti ha le caratteristiche formali

di un argomento completo, in cui un punto vista è fondato su ragioni ed evidenze sufficienti alla sua valutazione. Se si confrontano questi dati con la qualità degli argomenti prodotti da studenti (Erduran *et al.*, 2004; Mayweg-Paus e Macagno, 2016; Mayweg-Paus, Macagno e Kuhn, 2016; McNeill e Krajcik, 2011), il quadro è preoccupante. Salvini non solo non fornisce (o non interpreta) le evidenze a sostegno delle sue conclusioni nella grande maggioranza dei casi, ma la metà degli argomenti (in senso ampio) che egli usa si configurano come manipolatori.

Dal punto di vista del tipo di argomenti usati, l'analisi mostra come Salvini tenda a usare insistentemente argomenti finalizzati a difendere un giudizio di valore, sia sulle proprie politiche e sulla propria persona, che sulle altrui opinioni, posizioni e sull'altrui *ethos*. Gli argomenti per conseguenza e per ragionamento pratico sono fondati su argomenti per valori e per classificazione (cioè finalizzati a supportare valutazioni di stati di cose). Gli argomenti per cui sono fornite sufficienti evidenze sono nella maggior parte dei casi argomenti per *commitment*, in cui la relazione tra promesse e future decisioni o giudizi di valori non richiede altri fondamenti che il richiamo a precedenti promesse. La maggior parte delle strategie argomentative è priva delle evidenze necessarie oppure si basa su premesse non condivise o contraddittorie.

Le fallacie sono state determinate e quindi annotate solo sulla base di criteri oggettivi (un'analisi basata su considerazioni di natura giuridica o politica, tendendo in conto la correttezza delle affermazioni rivelerebbe numeri probabilmente ben superiori). Tuttavia, anche usando questi criteri estremamente rigidi e limitativi l'incidenza degli "argomenti" ingannevoli è impressionante. L'alto numero di attacchi personali fallaci mostra una forte preoccupazione per le opinioni contrarie, che vengono sottoposte a critiche ingannevoli e irrilevanti che si estendono a coloro che difendano tali posizioni. Tale sforzo si unisce a uno per frequenza analogo finalizzato a rinforzare il buon carattere dell'ex Ministro dell'Interno. Queste due tendenze hanno come denominatore comune il richiamo a valori condivisi o condivisibili dal pubblico, la cui applicazione agli stati di cose descritti non è tuttavia fondata su ragioni ed evidenze.

Gli *ad hominem* diretti presentano insulti solo quando il giudizio può essere giustificato da una "giusta indignazione" e quindi condiviso dal pubblico. Nei rimanenti casi, l'attacco è condotto in nome di valori come la coerenza, l'integrità, la ragionevolezza, la giustizia, la semplicità contro gli "interessi," i "ricchi," gli "invidiosi," etc. Come tali valori siano istanziati è un problema che è risolto tramite falsi presupposti.

Sono proprio le presupposizioni indebite una caratteristica linguistica saliente del corpus. Salvini tende a manipolare le presupposizioni in diversi modi, non solo tramite l'uso insistito di strategie ingannevoli come lo *straw man* e le false dicotomie, ma anche tramite ridefinizioni ed epiteti circolari. Il linguaggio è manipolato sia a livello di definizioni – e

quindi di significato comune – che a livello di “connotazione” e quindi di inferenze prototipiche. Il risultato è un lessico solo apparentemente condiviso, che è gradualmente costruito artificialmente modificando parole e usi comuni per creare all’interno della comunità di Twitter ragioni preconfezionate e sintetizzate. In questo modo, l’uso di una specifica parola emotiva costituisce da sola una ragione a favore o contro un punto di vista o una persona, senza che siano addotti argomenti o prove ulteriori o perlomeno a sostegno di tale giudizio di valore implicito.

#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Artsybashev, M. (1915). *Sanine*. New York, NY: Huebsch.
- Atlas, J.D. (1991). Topic/comment, presupposition, logical form and focus stress implicatures: The case of focal particles only and also. *Journal of Semantics*, 8, 1-2, pp. 127-147, <https://doi.org/10.1093/jos/8.1-2.127>.
- Atlas, J.D. (2004). Descriptions, Linguistic Topic/Comment, and Negative Existentials: A Case Study in the Application of Linguistic Theory to Problems in the Philosophy of Language. In M. Reimer e A. Bezuidenhout (a cura di), *Descriptions and Beyond*. Oxford: Oxford University Press, pp. 342-360.
- Atlas, J.D. (2008). Presupposition. In L. Horn e G. Ward (a cura di), *The Handbook of Pragmatics*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd., pp. 29-52, <https://doi.org/10.1002/9780470756959.ch2>.
- Beaver, D. (2010). Have you noticed that your belly button lint colour is related to the colour of your clothing. In R. Bäuerle, U. Reyle e T. Zimmermann (a cura di), *Presuppositions and Discourse: Essays Offered to Hans Kamp*. Oxford, UK: Elsevier, pp. 65-99.
- Ben-Ze’ev, A. (2000). *The subtlety of emotions*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bentham, J. (1824). *The book of fallacies*. London, UK: John and H.L. Hunt.
- Blumenthal, S. (1982). *The permanent campaign*. Boston, MA: Beacon Press.
- Bosc, T., Cabrio, E., Villata, S. (2016). Tweeties Squabbling: Positive and Negative Results in Applying Argument Mining on Social Media. In P. Baroni, T. Gordon, T. Scheffler e M. Stede (a cura di), *COMMA*. Amsterdam: IOS Press, pp. 21-32
- Brocca, N., Garassino, D., Masia, V. (2016). Politici nella rete o nella rete dei politici? L’implicito nella comunicazione politica italiana su Twitter. *PhiN-Beiheft, 11*, pp. 66-79.
- Brooker, P., Barnett, J., Cribbin, T. (2016). Doing social media analytics. *Big Data e Society*, 3, 2, pp. 1-12.
- Casanova, G. (1911). *Historia della mia fuga dalle prigioni della repubblica di Venezia dette “li Piombi”*. Milano: Alfieri e Lacroix.
- Cepernich, C., Bracciale, R. (2018). Hybrid 2018 campaigning: Italian political leaders and parties social media habits. *Italian Political Science*, 13, 1, pp. 36-50.
- Cobianchi, V., Del Sal, G., Splendore, S. (2014). Nuove forme per le news e (vecchio) giornalismo: i direttori italiani e l’uso di Twitter. *Problemi dell’informazione*, 39, 2, pp. 100-217.
- Conway, B.A., Kenski, K., Wang, D. (2013). Twitter use by presidential primary

- candidates during the 2012 campaign. *American Behavioral Scientist*, 57, 11, pp. 1596-1610, <https://doi.org/10.1177/0002764213489014>.
- Dascal, M. (2003). *Interpretation and understanding*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Dusmanu, M., Cabrio, E., Villata, S. (2017). Argument mining on Twitter: Arguments, facts and sources. In M. Palmer, R. Hwa e S. Riedel (a cura di), *Proceedings of the 2017 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. Copenhagen: Association for Computational Linguistics, pp. 2317-2322.
- Erduran, S., Simon, S., Osborne, J. (2004). TAPping into argumentation: Developments in the application of Toulmin's Argument Pattern for studying science discourse. *Science Education*, 88, 6, pp. 915-933, <https://doi.org/10.1002/sce.20012>.
- Garza-Cuarón, B. (1991). *Connotation and meaning*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Gundel, J., Fretheim, T. (2004). Topic and Focus. In L. Horn e G. Ward (a cura di), *The Handbook of Pragmatics*. London: Blackwell, pp. 175-196 <https://doi.org/10.1002/9780470756959.ch8>.
- Hallmén, S. (1960). *True love, true humour and true religion: a semantic study*. Lund: Gleerlup.
- Hansen, H., Walton, D. (2013). Argument kinds and argument roles in the Ontario provincial election. *Journal of Argumentation in Context*, 2, 2, pp. 226-258, <https://doi.org/10.1075/jaic.2.2.03han>.
- Hitchcock, D. (1998). Does the traditional treatment of enthymemes rest on a mistake? *Argumentation*, 12, 1, pp. 15-37, <https://doi.org/10.1023/A:1007738519694>.
- Hitchcock, D. (2003). Toulmin's Warrants. In F. Van Eemeren, A. Blair, C. Willard e F. Snoeck-Henkemans (a cura di), *Anyone Who Has a View: Theoretical Contributions to the Study of Argumentation* (pp. 69-82). Dordrecht: Springer Netherlands, [https://doi.org/10.1007/978-94-007-1078-8\\_6](https://doi.org/10.1007/978-94-007-1078-8_6).
- Huxley, A. (2010). *Eyeless in Gaza*. London: Random House.
- Kecskes, I. (2003). *Situation-bound Utterances in L1 and L2*. Berlin-New York: Mouton de Gruyter.
- Kecskes, I. (2008). Dueling contexts: A dynamic model of meaning. *Journal of Pragmatics*, 40, 3, pp. 385-406, <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2007.12.004>.
- Kecskes, I. (2013). *Intercultural pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Kecskes, I., Zhang, F. (2009). Activating, seeking, and creating common ground: A socio-cognitive approach. *Pragmatics & Cognition*, 17, 2, pp. 331-355, <https://doi.org/10.1075/pc.17.2.06kec>.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1977). *La connotation*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- Kilgarriff, A. (2012). Getting to know your corpus. In P. Sojka, P. Aleš, H. Ivan e K. Karel (a cura di), *International conference on text, speech and dialogue*. Heidelberg: Springer, pp. 3-15.
- Kilgarriff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubíček, M., Kovář, V., Michelfeit, J., ... Suchomel, V. (2014). The Sketch Engine: ten years on. *Lexicography*, 1, 1, pp. 7-36, <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>.
- Konstantinidou, A., Macagno, F. (2013). Understanding students' reasoning: argumentation schemes as an interpretation method in science education.

- Science e Education*, 22, 5, pp. 1069-1087, <https://doi.org/10.1007/s11191-012-9564-3>.
- Kuhn, D. (1993). Science as argument: Implications for teaching and learning scientific thinking. *Science Education*, 77, 3, pp. 319-337, <https://doi.org/10.1002/sce.3730770306>.
- Kuhn, D. (2010). Teaching and learning science as argument. *Science Education*, 94, 5, pp. 810-824, <https://doi.org/10.1002/sce.20395>.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In M. Rappa, P. Jones, J. Freire e S. Chakrabarti (a cura di), *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*. Raleigh, NC: ACM Press, pp. 591-600.
- Lee, J., Queal, K. (2016, January 28). Introducing the Upshot's Encyclopedia of Donald Trump's Twitter Insults. *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2016/01/29/upshot/introducing-the-upshots-encyclopedia-of-donald-trumps-twitter-insults.html> (ultima consultazione 18/07/2019).
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Lo Duca, M. (2004). Nomi di agente. In M. Grossmann e F. Rainer (a cura di), *La formazione delle parole in italiano*. Tübingen: Niemeyer, pp. 191-217.
- López-Meri, A., Marcos-García, S., Casero-Ripollés, A. (2017). ¿Qué hacen los políticos en Twitter? Funciones y estrategias comunicativas en la campaña electoral española de 2016. *El Profesional de La Información*, 26, 5, pp. 1699-2407.
- Macagno, F. (n.d.). How can metaphors communicate arguments?.
- Macagno, F. (2008). Dialectical relevance and dialogical context in Walton's pragmatic theory. *Informal Logic*, 28, 2, pp. 102-128, <https://doi.org/10.22329/il.v28i2.542>.
- Macagno, F. (2013). Strategies of character attack. *Argumentation*, 27, 4, pp. 369-401, <https://doi.org/10.1007/s10503-013-9291-1>.
- Macagno, F. (2017). The logical and pragmatic structure of arguments from analogy. *Logique et Analyse*, 60, 240, pp. 465-490, <https://doi.org/10.2143/LEA.240.0.3254093>.
- Macagno, F. (2018a). A dialectical approach to presupposition. *Intercultural Pragmatics*, 15, 2, pp. 291-313, <https://doi.org/10.1515/ip-2018-0008>.
- Macagno, F. (2018b). Assessing relevance. *Lingua*, 210-211, pp. 42-64, <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2018.04.007>.
- Macagno, F., Bigi, S. (2017). Analyzing the pragmatic structure of dialogues. *Discourse Studies*, 19, 2, pp. 148-168, <https://doi.org/10.1177/1461445617691702>.
- Macagno, F., Bigi, S. (2019). Analyzing dialogue moves in chronic care communication. Dialogical intentions and customization of recommendations for the assessment of medical deliberation. *Journal of Argumentation in Context*, Advance online publication.
- Macagno, F., Konstantinidou, A. (2013). What students' arguments can tell us: Using argumentation schemes in science education. *Argumentation*, 27, 3, pp. 225-243, <https://doi.org/10.1007/s10503-012-9284-5>.
- Macagno, F., Walton, D. (2011). Reasoning from paradigms and negative evidence. *Pragmatics & Cognition*, 19, 1, pp. 92-116, <https://doi.org/10.1075/pc.19.1.04mac>.
- Macagno, F., Walton, D. (2014a). Argumentation schemes and topical relations.

- In G. Gobber e A. Rocci (a cura di), *Language, reason and education*. Bern: Peter Lang, pp. 185-216.
- Macagno, F., Walton, D. (2014b). *Emotive Language in Argumentation*. Cambridge: Cambridge University Press, <https://doi.org/10.1017/CBO9781139565776>.
- Macagno, F., Walton, D. (2015). Classifying the patterns of natural arguments. *Philosophy and Rhetoric*, 48, 1, pp. 26-53, <https://doi.org/10.1353/par.2015.0005>.
- Macagno, F., Walton, D. (2017). *Interpreting straw man argumentation. The pragmatics of quotation and reporting*. Amsterdam: Springer.
- Mayweg-Paus, E., Macagno, F. (2016). How dialogic settings influence evidence use in adolescent students. *Zeitschrift Für Pädagogische Psychologie*, 30, 2-3, pp. 121-132, <https://doi.org/10.1024/1010-0652/a000171>.
- Mayweg-Paus, E., Macagno, F., Kuhn, D. (2016). Developing argumentation strategies in electronic dialogs: Is modeling effective? *Discourse Processes*, 53, 4, pp. 280-297, <https://doi.org/10.1080/0163853X.2015.1040323>.
- McNeill, K., Krajcik, J. (2008). Inquiry and scientific explanations: Helping students use evidence and reasoning. In J. Luft, R. Bell e J. Gess-Newsome (a cura di), *Science as inquiry in the secondary setting*. Arlington, VA: National Science Teachers Association Press, pp. 121-134.
- McNeill, K., Krajcik, J. (2011). *Supporting Grade 5-8 Students in Constructing Explanations in Science: The Claim, Evidence, and Reasoning Framework for Talk and Writing*. New York: Pearson Allyn e Bacon.
- Mel'čuk, I. (2015). *Semantics: From meaning to text* (Vol. 3). Amsterdam-Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing Company.
- Mel'čuk, I., Iordanskaja, L. (2009). Connotation (in linguistic semantics). In S. Kempgen, P. Kosta, T. Berger e K. Gutschmidt (a cura di), *Die slavischen Sprachen (Ein internationales Handbuch zu ihrer Struktur, ihrer Geschichte und ihrer Erforschung)*. Berlin-New York: Walter de Gruyter, pp. 875-882.
- Mendes, A.E. (2016). Digital Demagogue: The Critical Candidacy of Donald J. Trump. *Journal of Contemporary Rhetoric*, 6, 3-4, pp. 62-73.
- Ott, B.L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34, 1, pp. 59-68, <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266686>.
- Rigotti, E. (2007). Relevance of context-bound loci to topical potential in the argumentation stage. *Argumentation*, 20, 4, pp. 519-540, <https://doi.org/10.1007/s10503-007-9034-2>.
- Rigotti, E., Greco-Morasso, S. (2019). *Inference in argumentation: A topics-based approach to argument schemes*. Amsterdam: Springer.
- Rubinelli, S. (2009). *Ars Topica: The classical technique of constructing arguments from Aristotle to Cicero* (Vol. 15). Amsterdam: Springer.
- Scanfeld, D., Scanfeld, V., Larson, E.L. (2010). Dissemination of health information through social networks: Twitter and antibiotics. *American Journal of Infection Control*, 38, 3, pp. 182-188, <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2009.11.004>.
- Scarfone, G. (2017). Giornalismo e social network: un'analisi linguistica. *Lingue e Culture Dei Media*, 1, 1, pp. 44-89.
- Schank, R., Collins, G., Davis, E., Johnson, P., Lytinen, S. Reiser, B. (1982). What's the point? *Cognitive Science*, 6, 3, pp. 255-275, [https://doi.org/10.1207/s15516709cog0603\\_2](https://doi.org/10.1207/s15516709cog0603_2).

- Schiappa, E. (2003). *Defining reality. Definitions and the politics of meaning*. Carbondale and Edwardsville, IL: Southern Illinois University Press.
- Stalnaker, R. (1998). On the representation of context. *Journal of Logic, Language and Information*, 7, 1, pp. 3-19, <https://doi.org/10.1023/A:1008254815298>.
- Stevenson, C. (1937). The emotive meaning of ethical terms. *Mind*, XLVI, 181, pp. 14-31, <https://doi.org/10.1093/mind/XLVI.181.14>.
- Stevenson, C. (1938). Persuasive definitions. *Mind*, 47, pp. 331-350.
- Stevenson, C. (1944). *Ethics and Language*. New Haven: Yale University Press.
- Strawson, P. (1971). Identifying Reference and Truth-Values. In P. Strawson (a cura di), *Logico-Linguistic Papers*. London: Methuen, pp. 75-95.
- Toulmin, S. (1958). *The uses of argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Eemeren, F., Grootendorst, R. (1984). *Speech acts in argumentative discussions: A theoretical model for the analysis of discussions directed towards solving conflicts of opinion*. Dordrech: Floris Publications.
- Van Rees, A. (2008). *Dissociation in argumentative discussions: A pragma-dialectical perspective*. Amsterdam: Springer.
- Walton, D. (1990). What is reasoning? What is an argument? *Journal of Philosophy*, 87, pp. 399-419, <https://doi.org/10.2307/2026735>.
- Walton, D. (1995a). *A pragmatic theory of fallacy*. Tuscaloosa, AL: University of Alabama Press.
- Walton, D. (1995b). *Argumentation Schemes for Presumptive Reasoning*. Mahwah, NJ: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9780203811160>.
- Walton, D. (1998). *Ad Hominem Arguments*. Tuscaloosa, AL: University of Alabama Press.
- Walton, D. (2001). Abductive, presumptive and plausible arguments. *Informal Logic*, 21, 2, 141-169, <https://doi.org/10.22329/il.v21i2.2241>.
- Walton, D. (2004a). Classification of fallacies of relevance. *Informal Logic*, 24, 1, pp. 183-185, <https://doi.org/10.22329/il.v24i1.2133>.
- Walton, D. (2004b). *Relevance in argumentation*. Amsterdam-Philadelphia, PA: Routledge.
- Walton, D. (2008). *Informal logic: a pragmatic approach*. New York: Cambridge University Press.
- Walton, D. (2010). Why fallacies appear to be better arguments than they are. *Informal Logic*, 30, 2, pp. 159-184, <https://doi.org/10.22329/il.v30i2.2868>.
- Walton, D., Macagno, F. (2016). Profiles of dialogue for relevance. *Informal Logic*, 36, 4, pp. 523-556, <https://doi.org/10.22329/il.v36i4.4586>.
- Walton, D., Reed, C., Macagno, F. (2008). *Argumentation schemes*. New York: Cambridge University Press, <https://doi.org/10.1017/CBO9780511802034>.

### **Analyzing the argumentation on social media. The tweets of Salvini**

Twitter is an instrument used not only for sharing public or personal information, but also for persuading the audience. While specific platforms and software have been developed for analyzing macro-analytical data, and specific studies have focused on the linguistic dimension of the tweets, the argumentative dimension of the latter is unexplored to this date. This paper intends to propose a method grounded on the tools advanced in argumentation theory for capturing, coding,

and assessing the different argumentative dimensions of the messages posted on Twitter, focusing on the types of argument communicated, the quality of their premises, and the fallacies committed – including the use of unshared presuppositions and emotive words. This method is applied to a corpus of 843 tweets published by the Italian Minister of the Interior, Mr. Matteo Salvini, from the date of his appointment to the beginning of his campaign for the European elections. The quantitative data provide general indications for detecting the strategies that characterize the argumentative profile of Salvini, which are then analyzed qualitatively.

*Keywords:* argumentation, emotive words, Twitter, Salvini, fallacies, presupposition.

L'autore ringrazia la Fundação para a Ciência e a Tecnologia per i finanziamenti SFRH/BPD/115073/2016, PTDC/FER-FIL/28278/2017, e PTDC/MHC-FIL/0521/2014 che hanno reso possibile questa ricerca.

*Fabrizio Macagno, ArgLab - Instituto de Filosofia da Nova (IFILNOVA), Universidade Nova de Lisboa, Avenida de Berna 26, 1069-061 Lisbon, Portugal, fabrizio.macagno@fsh.unl.pt*